

УДК 378.096:004.738.5

**НАСТАНОВЧА ВУЗЬКОСПРЯМОВАНІСТЬ КРУГОЗОРУ
В СТУДЕНТІВ МЕДІАСПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

© О. М. Левчук, к.філол.н., доцент, НТУУ «КПІ», Київ, Україна

Исследованы причины и проявления установительной узконаправленности при формировании профессиональных навыков у студентов медиаспециальностей. Даны образчики практических заданий студентам с целью стимулировать выработку у каждого из них интегрированного восприятия медиасферы и расширить их кругозор в процессе наработки личных баз информации во время тренинга. В контексте личностного продвижения студентов на основаниях профес-сионализации их критичности предлагается рассматривать репутацию медийщика как базовую характеристику для организации им успешной карьеры в новых СМИ. Расширенный кругозор для медиаспециалиста представляется одним из основополагающих факторов при построении им профессиональной репутации.

Investigational the students of media speciality have reasons and displays of adjusting of narrowly directed at forming of professional skills. The standards of practical tasks students are pointed with the purpose of stimulation of making in each of them computer-integrated perception of media environment and to extend their range of interests in the process of work of the personal bases of information during training.

У цифровізованому з кінця 1990-х років середовищі українських медіавиробників запанувала думка, ніби наші ЗМІ в осучасненому стані не конче потребують фахівців зі спеціалізованою освітою. Головне — щоб вони швидко адаптувалися до трансформацій медійного середовища як ринку та були лояльними до власників і медіа-менеджерів професіоналами свого ремесла з виробництва контенту. Друга настанова майже ніколи не декларована, проте дієво виявляється її непрямий вплив, особливо — на низьких і початковому рівнях службової ієрархії. Тренд поси-

люється дедалі більше, чим автоматизованішими стають виробничі функції у системі масового продукування інформації.

Нині на виробництві медіапродукту з його перманентною трансформативністю ініціативу захопили неформали: вміст повідомлень реально породжується користувачами по всій інформаційній царині, яка спаялася зв'язками мережових комунікацій у принципово нове утворення. Втім, оскільки більшість блогерів та членів соціальних мереж через молодий вік ще не вбачають у своїй медіа-активності ознак явної професіоналізації, то в

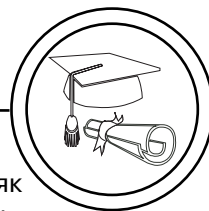


первинних формах механізованого підприємництва онлайн вони змушені звіртися на організаційний досвід професіоналів з традиційних ЗМІ. Старші ж традиціоналісти натомість переймаються проблемами контролю і лояльності в новонароджуваній системі нових медій, абрис якої проступають на наших очах і відверто не вписуються в стару ієрархічну схему.

Ефективність новітньої мережі медій тримається як на силі горизонтальних сув'язей між її акторами (без різниці їх стану і статусів), так і на чітких предметно-тематичних прив'язках, об'єднаних «містками»-посиланнями. Багато осіб, задіяних у мережевий інформаційний обмін, стрімко професіоналізуються у вправних контент-менеджерів, не маючи і тридцяти років. Тож не дивина, що все більше їх число намагається формалізувати набутий у вебі статус, коли вступає до вишів на спеціальності, пов'язані з інформаційним обміном та виробництвом медіа-контенту. Але в установах з підготовки медіапрацівників інерційно панують системи різноманітних ієрархій, так само як у шкільницькому досвіді абітурієнтів — активовано відголоски тоталітарної педагогіки із засадничою об'єктністю учня та менторством без жодних заперечень. За таких умов настанова контролю переноситься із зовнішнього у внутрішній вплив на не сформовану особу молодого медійника. І потенційні працевдавці є першими, хто починає системно її експлуатувати. Авжеж, уже не протібні «берлінські стіни» та ефірні глушилки: наба-

гато дієвішою формою моделювання поведінки в організаціях зробилася популяризована в медіасередовищі ідея «вузької спеціалізації» та цільової підготовки під медіапроект.

Звісно, для людини, що потрапила в медійне середовище з вантажем досвіду і усталивши систему життєвих переконань, спеціалізація в ньому піде лише на кар'єрне благо. Але для вітчизняної студентської молоді, яка зросла поза ідеологічним пресингом, має не цілком довершену мозаїчну картину світу, не має практичного та інтелектуального досвіду і має на оці розрекламоване маскультом уявлення про «золотий коридор» кар'єри, — отже, для неї рання спеціалізація відіграє роль своєрідних шор. До цього додамо ще кластерність освіти в старшій школі, де на підвищення рейтингу з профільних дисциплін спрямовуються ресурси, відведені для предметів загальноорозвиткових. Ну, і додатково на перевагу вузькопрофільності у молоді, котра не забула вступних перегонів, спрацьовує захисна боязнь перевантажитися від оперування експоненціально зростаючою кількістю даних. Отже, всіма названими факторами у студента-медійника нині звужено горизонт знань, а реалії та подекуди провідники вітчизняного медіа-менеджменту зміцнюють у нього переконаність, ніби розпорозувати ресурси свого життєвого часу на загальну ерудицію — комерційно не виправдано. Мовляв, це заважає реальній кар'єрі у медіях, де через приплив блогерського ресурсу загострилася фахова конкуренція.

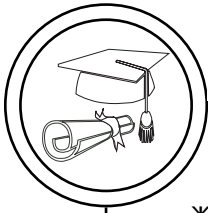


Підпадаючи під чар настанови на вузьку спеціалізацію, майбутні фахівці ризикують зробити в медіасередовищі (абрисів якого ще не видно) кар'єру хіба що «універсального солдата», незамінного виконавця, який, проте, ніколи не буде допущений до прийняття керівних і творчих рішень. У вузькоспрямованої медіаособистості як неробочі атрофуються відчуття ретро- і перспективи, а без цього неможлива участь у стратегічному плануванні. Виконавець-бо навіки залишиться тактиком, хай його робоче медіасередовище й веб-технології. Бо всяка технологія по природі своїй — вічно «тут-і-зараз», тоді як кругозір розсуває життєві обрії професіонала поза межі службових обов'язків, підживлюючи його кар'єрну траєкторію за рахунок особистої автономності. У медійника з обширним кругозором та культурою мислення може не трапитися керівних нагод, але завжди є фаховий авторитет, який за умов організаційного становлення нових медій часто підстраховує власника від сваволі медіа-менеджерів [1, С. 141].

Широкий кругозір, утім, відрізняється від фокусної поінформованості, що її студенти медіафахів за браком особистого досвіду подеколи сприймають як самоцінну, і виступає як системно зорганізоване сприйняття найбільших обсягів інформації, яка відфільтровується особою за певним принципом на засадах її, особи, довшеного світогляду. І будь-які настановчі його обмеження чи блокади призводять тільки до одного:

професіонал не відбудеться як самоцінна медійна особистість, ніколи не сформує повноцінного реноме. Вузька цілеспрямованість дає студентам перевагу тільки на короткому етапі освоєння ними професії і входження у медіатему; тому тунельність у роботі робиться гальмом професійного розвитку. Вона блокує просування в статусі й змушує нарікати на «скляну стелю» замість проаналізувати «чому?» та переглянути штаб фахових дій.

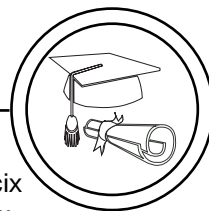
Нині фахова діяльність у системі мережевих комунікацій характеризується тим, що на хвилі успіху перебувають не ті, хто розшукує, генерує і поширює контент у новітніх медіях, а ті, хто комбінує інформацію на всіх системних рівнях (від номена до гіпертексту). В умовах спалаху «народної журналістики» для персоналу професійних ЗМІ *король уже не контент, а контекст* (Н. Лигачова, в переказі, [2, С. 14]). Для коректного оперування контекстами і потрібен медійникові отой горизонт універсальних знань, з асортименту яких він як фахівець добиратиме елементи, належно єднаючи їх у систему певного контенту. Отже, для прийдешнього контент-редактора чи веб-журналіста незашорений кругозір зробився засадничим фактором у побудові репутації. Адже проблема контекстної фільтрації даних заступила нині потребу асортиментно врізноманітнювати медіапродукцію. У численних її споживачів дедалі частіше постає питання не «як» чи «де», а Хто і для Чого спродукував повідомлення у ЗМІ.



Оскільки — як товар для споживання — медійна інформація традиційно не розраховується на критичне її сприйняття, то й сенс продукування медіаконтенту ґрунтується на настановчій пасивності його споживачів. Покладається, що всю роботу з аналізу, узагальнення і довершення висновків за них уже зробили професіонали медійної справи. Та якщо у професіонала зі студентської лави заблоковано потребу виходити за межі невідомо ким встановленого «формату», його особистісний розвиток у широкому контексті — неможливий. А це означає, що й унеможлиблюється адекватна підготовка медіаматеріалів, бо їх «відформатований» продуцент спроможеться хіба виробити півфабрикат, який вимагатиме ще фінішної обробки.

Отже, в контексті тенденції на звуження веб-журналістських інформаційних ніш актуалізується потреба розширити медіаповноваження їх партнерської спеціальності — редакторів. Широкий кругозір і усталений світогляд є для літературного редактора базовими засадами, тому із настановчою вузькоспрямованістю в студентів цього фаху доводиться боротись від першої лекції й практичної роботи. Як завважив Мустафа Найєм, *редактору треба бути інтегрованим*. Оскільки широта особистості є його іманентно робочим інструментом, кваліфікований редактор у веб-медіях реалізує тепер ще й взаємно протилежні функції — концентратора та фільтрувальника контенту водночас.

«Наймодерніший» спосіб оперативної подачі медіаконтенту в Мережі — це так званий *chunk-sake* або нарізка, здрібнена кліпова подача, за якої передісторія питання, тло (бекграунд) і подібні прояви контекстуальності розглядаються медійниками як додатковий сервіс для особливо пронозливого користувача. Отже, щоб дістати адекватне й цілісне уявлення про «горизонт події», нині доводиться на професійній основі займатись дефрагментацією відомостей з медіапотуку. Відповідно, для початківців редакторської і журналістської справ дефрагментація є вельми дієвим робочим завданням на розширення обріїв сприйняття дійсності. Зазвичай студентам-редакторам у Видавничо-поліграфічному інституті НТУУ «КПІ» пропонується спеціально підготовлений комплект практикумів (від малого аспектного до дискурсного), на основі яких учні мають виконати дефрагментацію різних обсягів матеріалу по «непрофільних» темах. З метою підвищення загальної ерудованості й перевірки інтелектуальних здібностей студенти-редактори дістають завдання здійснити літературну обробку медіатекстів з царин, які нечасто потрапляють у фокус громадської уваги через ЗМІ (Для того їм слід здійснити певну підготовчу роботу у Мережі й традиційних базах зберігання даних, можливо навіть звернутися до експертів.). Крім цього, варто заохотити студента-медійника збирати структуровані досьє проблем, але, перш як він вдасться до самостійного створення висновкового матеріалу,



навчити його опрацьовувати передісторії і оперувати фоновою інформацією. Такий підхід дозволить учневі невдовзі, приступаючи до самостійної медіапраці, вже мати особисту інформаційну базу, сформовану власноруч під час підготовки у виші.

Для більшої ефективності практичних вправ з опрацювання «неформатного» медіаконтенту викладач повинен на кожному занятті відкоментувати важливі, нехай і дрібні, аспекти й деталі у викладі. Потрібно розширити для студентів контекст проблеми в рамках заданої робочим матеріалом тематики. Всякі спроби студентів долучитись до цього коментування мають негайно заохочуватися, навіть попри їх початкові наївність і примітивізм. Як правило, невдовзі позицію такого коментатора залюбки скоригують на взірць викладачевої його товариші по групі.

Проблема вишколу всебічно підготовлених та самостійних в оцінках спеціалістів для нових медій ускладнюється ще й тим, що у молоді теперішньої інтернет-кліпової культури пересічно є низькою концентрація уваги і натомість високий автоматизм сприйняття інформації. Щоб по-

долати ці завади, студентів усіх медіаспеціальностей, і редакторів передовсім, слід якомога ширше заохотити до практичних управ зі збирання детальованих відомостей в режимі фонового контекстного пошуку. Приміром, їм (на певний рейтинг) пропонується дібрати висловлювання якогось публічного діяча в нових і традиційних медіях за репрезентативно тривалий період (не менш як півроку). На підставі цієї бази доказів студентові потрібно узагальнити резюме щодо позиції досліджуваного за двома-трьома ключовими аспектами його діяльності. Якщо на цій основі буде створено журналістський матеріал чи анотовану базу даних (підготовлені персонально або в координації з одноклассниками), то така робота заслуговує найвищого додаткового балу як дослідницька.

Всі названі заходи так чи інакше сприяють усталенню медійної особистості як емансипованої від регресивних настанов будь-якої генези, разом із навчальними тренінгами дозволяють виробити особисту фахову позицію в системі професійних стосунків, що формується в умовах навалної конкуренції.

1. Куляс І. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника : Практичний посібник для журналістів / І. Куляс, О. Макаренко. — Київ : Видавництво ХББ, 2006. — 120 с. 2. Лигачева Н. «Нет свободе лжи» / Н. Лигачева // ТелеКритика. — 2009. — № 1–2. — С. 12–16.

Рецензент — З. В. Григорова,
к. е. н., доцент, НТУУ «КПІ»

Надійшла до редакції 08.11.10